

ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье рассмотрена ситуация с формированием имиджа региона на основе внедрения современных информационных, в том числе геоинформационных технологий. Проведен сравнительный анализ информационных государственных информационных систем регионов Тюменской области. Разработаны предложения для закрепления инструментария внедрения геоинформационных ресурсов в процесс формирования имиджа инвестиционно-привлекательной территории.

Ключевые слова: пространственные данные, инвестиционная привлекательность, геопортал, информационное общество.

Abstract. The article discussed the situation with the formation of the image of the region on the basis of introduction of modern information, including geoinformation technologies. A comparative analysis of the information of the state information systems of the regions of the Tyumen region. Developed proposals to consolidate the instruments of implementation of geoinformation resources in the process of image formation of investment-attractive territory.

Key words: spatial data, investment attractiveness, geportal, information society.

В 1973 г. советскому читателю был представлен сокращенный перевод с немецкого редакции труда «Мир в 2000 году» [1, с. 240], в котором зарубежные авторы представили результаты анализа основных социальных и технологических направлений развития человечества. Несмотря на то, что в послесловии советских ученых данная работа была подвергнута классово-критике, а сам дословный перевод с немецкого «*Fahrplan in die Zukunft*» в текущей конъюнктуре можно было бы перевести как «Дорожная карта на будущее», многие позиции в прогнозах апостериори подтвердились. В противовес предположениям отечественных критиков о том, что в новых городах «каждый дом станет целым городским районом, численность его населения составит, по-видимому, несколько сот тысяч человек, а его высота достигнет нескольких сот метров» [1, с. 235], зарубежные футурологи обозначили следующие основные направления [1, с. 13]:

1. Образование и воспитание (новые системы образования, новые методы преподавания).
2. Проблемы мира и конфликтных ситуаций (анализ международных отношений, вопросов ограничения вооружений).
3. Продовольственные проблемы (как и какими средствами можно в будущем обеспечивать человечество продуктами питания).
4. Транспорт (новые транспортные средства, скоростное сообщение, транспорт массовых перевозок и т. п.).
5. Здравоохранение (новые методы лечения, уход за больными, диагноз с помощью ЭВМ, профилактика болезней).
6. Городское и жилищное строительство (как должен выглядеть и функционировать город будущего? Как будут в нем жить люди?).
7. Гигиена окружающей среды (борьба с загрязнением воздуха и воды).
8. Будущее семьи (профессия, труд, досуг).
9. Общество (демографический взрыв, анализ взаимоотношений между людьми, информация как система раннего оповещения о предстоящих событиях).
10. Исследование будущего (разработка новых методов предвидения и планирования, активизация деятельности систем сбора информации, банки данных).

Под банками данных, согласно примечанию редактора, следовало понимать высокоразвитую систему, обеспечивающую сбор, анализ, обработку, хранение и выдачу в требуемые сроки всей необходимой информации на базе ЭВМ.

Уже в наше время футурологи дают прогнозы на середину XXI столетия, в котором опять же видны тренды на усиление роли банков данных, либо банков знаний, если рассматривать возможности автоматизации управленческих решений со стороны искусственного интеллекта. Например, среди переломных моментов 2025 г. отмечается, что более 50 % домашнего интернет-трафика придется на долю приложений и устройств; 90 % людей получают возможность неограниченного и бесплатного хранения данных; 30 % корпоративных аудиторских проверок проведет искусственный интеллект [2, с. 19]. Очевидно, что также отмечают и многие исследователи, что изменения в информационной сфере происходят как экспоненциально быстро, точно так же и неравномерно. Если в одних странах четвертая промышленная революция определит инвестиционный подъем, то для других она будет приговором. И здесь мы поддержим высказывание Г. Грефа о том, что каменный век закончился не потому, что закончились камни, — точно так же можно сказать, что нефтяной век уже закончился [3]. И чтобы выйти из списка «дауншифтеров в области технологического оснащения» необходимо усилить инвестиционную привлекательность экономики, ее конкурентоспособность, информационные возможности общества.

На примере отдельно взятой Тюменской области рассмотрим ресурсы для формирования имиджа региона, который обеспечит рост ее инвестиционной привлекательности. Под последней мы будем понимать соотношение инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков в условиях заданного инвестиционного климата. Инвестиционный потенциал рассматриваем как совокупность ресурсов территории в определенное время: сырье (природные ресурсы, полуфабрикаты), люди (кадровый и потребительский потенциал), технологии, деньги (банковское кредитование и уровень жизни), информация (на этапе всего цикла инвестиционного управления от планирования, мотивации, организации и контроля, и последующего планирования) [4]. Инвестиционные риски — как вероятность наступления события/проявления ранее неизвестных форм объективной реальности, угрожающих потере инвестиций. Инвестиционный климат — совокупность условий, созданных менеджментом региона для повышения инвестиционного потенциала и страхованию рисков.

Также отметим, что люди в большинстве своем не склонны к риску, а среди основных категорий потребностей человека в иерархии А. Маслоу [4] находится «уверенность в завтрашнем дне». Исходя из этого, именно страхование рисков отнесем к первостепенной задаче территориального менеджмента в процессе формирования инвестиционного климата.

Геоинформационные ресурсы позволяют предоставлять потребителям пространственные данные, модель объективной реальности. Практическая ценность данной модели определяется качеством данных, ее составляющих, как в геометрическом, так и в семантическом отношении. На наш взгляд, инвестиционно-привлекательные геоинформационные ресурсы должны отвечать следующим требованиям: официальность, актуальность, корректность и полнота.

Официальность — наличие единого источника, уполномоченного на ведение пространственных и/либо семантических данных. На уровне государственного и муниципального управления официальность регламентируется нормативными правовыми актами, утверждающими положения соответствующих органов власти; на уровне внесударственного происхождения информации — уставные документы. Проблематика: дублирование производства данных различными органами власти. Например, для Тюменской области (даже без автономных округов) инвестиционно востребована информация по лицензированию территории на поиск и добычу углеводородного сырья, но при этом источником информации может выступать только федеральный орган государственной исполнительной власти, что приводит к тому, что

региональные и муниципальные ведомства дублируют информацию, либо самостоятельно ее производят путем непосредственного взаимодействия с недропользователями. И в первом, и во втором случае возникают неизбежные разночтения, что девальвирует ценность, прежде всего, региональных и муниципальных источников, а потом и федеральных. Пример, Геоинформационная система Тюменской области (Геопортал) [5] отображает данные по недропользованию из Системы мониторинга недропользования, которая, в свою очередь, дублирует функции по сбору данных реестра Российского федерального государственного фонда (Росгеолфонд) [6]. Обратная ситуация: Росгеолфонд при формировании информации по границам лицензионных участков не учитывает границы регионов и муниципалитетов, что приводит к появлению всевозможных пересечений, что, в свою очередь, девальвирует ценность федерального геоинформационного ресурса. Предложения: Росгеолфонд на своем ресурсе применяет привязку лицензионных участков к единым муниципальным и региональным границам, а региональные и местные органы власти прекращают дублирование функций и интегрируют ресурсы с федеральной геоинформационной системой.

Актуальность — отображение последней редакции возможной официальной информации. На уровне государственного и муниципального управления актуальность определяется административными регламентами; на уровне внесударственного происхождения информации — системой менеджмента качества (при наличии). Проблематика: асинхронизация актуальности пространственных и семантических данных в структуре регламентирующей документации. Так на Геопортале пространственные данные (геометрия векторного покрытия) по лицензированию общераспространенных полезных ископаемых появляется значительно позже публикации координат участков на портале органов государственной власти Тюменской области [7], что девальвирует качество картографического представления. Предложения: исключить публикацию реестров лицензионных участков на ОПИ путем пространственного представления границ и семантической информации с координатами на Геопортале.

Корректность — соподчиненное пространственно-семантическое представление информации в контексте единого картографического покрытия. Может регулироваться административными регламентами и системой менеджмента качества. Проблематика: формирование информационных ресурсов, которые невозможно соотнести со смежными направлениями. Например, на границе Тюменской области и Ханты-Мансийского автономного округа — Югры находится озеро Ендыркин Сор, акватория которого разделена между 2 субъектами, но при этом Правительство Югры выдает всю акваторию озера под рыбопромысловый участок для семей коренных малочисленных жителей Севера (КМНС) [8], а Тюменская область — также всю акваторию озера под цели аквакультуры [9]. Другой пример, заказник «Тобольский материк», согласно описанию в его паспорте [10], находится на территории Тобольского района, но фактически захватывает часть Уватского района. Третий пример: создан памятник природы «Ишимбай», в описании границ которого [11] указано, что «представляет собой озеро «Ишимбай» с болотными ассоциациями по берегам», но озера с таким названием нет в Тюменской области, согласно Государственному каталогу географических названий (есть озеро Ишимбаевское) [12]. Предложения: при формировании и публикации геоинформационных ресурсов соотносить границы пространственных слоев и содержание атрибутики по смежным направлениям

Полнота — представление пространственных данных в разрезе всей совокупности геометрического и семантического представления. Может регулироваться административными регламентами и системой менеджмента качества. Проблематика: отсутствие координатного описания определенных частей объектов, а также заполнения определенного атрибутивного значения. Например, в описании координат для характерных точек схемы территориального планирования Тюменской области [13] не учтено вкрапление Тюменской области на территории

Свердловской области. Другой пример, на Геопортале представлена карта «Недропользование Тюменской области» [14], но при этом отсутствует пространственное представление информации по лицензированию недр под цели захоронения. Предложения: вся семантическая информация должна иметь статус обязательного заполнения, который при отсутствии данных должен заполняться прочерком; административные регламенты должны четко оконтурить географические границы распространения юрисдикции органа государственной исполнительной власти, либо органа местного самоуправления.

Теперь, когда мы рассмотрели требования к данным, можно привести принципы представления пространственных данных менеджерами, ответственными за формирование благоприятного инвестиционного климата. При этом технологическая часть представления определяется на основе приоритетов устойчивой работы в режиме 24*7, т. е. 24 часа и 7 дней в неделю.

1. Инвестиционные риски: а) геостатистическое представление рейтингов муниципалитетов по отчетным рисковым показателям; б) представление контактной информации ответственного исполнителя, сопровождающего тематический объект, готового дать консультации по страхованию рисков; в) представление ссылки на источник нормативной правовой документации, регламентирующей деятельность, обусловившую появление тематического объекта. Например, при клике на контур заказчика пользователь дополнительно получает информацию о тел., e-mail, ФИО ответственного специалиста, который добавил границу данной ООПТ на геоинформационный ресурс, а также гиперссылку, по которой можно увидеть положение о границах заказчика и режиме его охраны. 2. Инвестиционный потенциал: а) геостатистическое представление рейтингов муниципалитетов по отчетным экономическим показателям; б) представление контактной информации ответственного исполнителя, сопровождающего тематический объект, готового дать консультации по развитию бизнеса; в) представление ссылки на источник нормативной правовой документации, регламентирующей государственную и муниципальную поддержку деятельности и ее формализацию по отношению к конкретному тематическому объекту; г) представление в границах муниципальных образований тематических объектов по кадровому, финансово-кредитному, производственному сопровождению. Например, при клике на рыболовный участок отображается атрибутивная информация: по ответственному специалисту; требования к участнику конкурса и условия предоставления поддержки; возможность перехода на местоположение и контактную информацию финансово-кредитных учреждений, специализированных научных и образовательных учреждений по подготовке рыбопроизводчиков, поставщиков в данном муниципалитете биокормов.

Таким образом, геоинформационные ресурсы являются инструментом формирования благоприятного инвестиционного климата при взаимодействии с предпринимательским сообществом на основе современной технологической основы банков данных. На территории Тюменской области качество государственных геоинформационных ресурсов не позволяет создать имидж инвестиционно-привлекательной территории. Для разрешения данной проблемы, на наш взгляд, необходимо провести детальный аудит данных, регламента их актуализации и механизмов, гарантирующих его исполнение, а на период оценки исключить публичный доступ к этим геоинформационным ресурсам.

Список литературы

1. Байнхауэр Х., Шмакке Э. Мир в 2000 году. М.: Прогресс, 1973. 240 с.
2. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016. 119 с.
3. Греф Г.: Нефтяной век закончился. *Welcome to the Future! // Сайт издания "Life" [Электронный ресурс]. URL: <https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/179933> (дата обращения: 01.09.2017).*

4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 2002. 704 с.
5. Постановление Правительства Тюменской области от 26 октября 2015 г. N 487-п «О геоинформационной системе Тюменской области».
6. Сводный государственный реестр участков недр и лицензий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rfgf.ru/license/index.php> (дата обращения: 01.09.2017).
7. Официальный портал органов государственной власти Тюменской области. [Электронный ресурс]. URL: http://www.admtuimen.ru/ogv_ru/index.htm (дата обращения: 01.09.2017).
8. Постановление Правительства Ханты-Мансийского АО — Югры от 1 декабря 2012 г. N 480-п «О перечне рыбопромысловых участков на территории Ханты-Мансийского автономного округа — Югры».
9. Геопортал. Рыболовство Тюменской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://gis.72to.ru/portal/apps/webappviewer/index.html?id=4b0c542ca8c64e8c93a383fef07de9c7> (дата обращения: 01.09.2017).
10. Постановление Правительства Тюменской области от 15 октября 2012 г. N 410-п «О государственном комплексном заказнике регионального значения “Тобольский материк” в Тобольском районе».
11. Распоряжение Губернатора Тюменской области от 23 февраля 1999 г. N 121-р «Об учреждении государственного памятника природы регионального значения «Озерно-болотный комплекс «Ишимбай» в Нижнетавдинском районе».
12. Федеральный закон от 18 декабря 1997 г. N 152-ФЗ «О наименованиях географических объектов».
13. Постановление Правительства Тюменской области от 31 декабря 2008 г. N 382-п «Об утверждении схемы территориального планирования Тюменской области».
14. Геопортал. Недропользование Тюменской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://gis.72to.ru/portal/apps/webappviewer/index.html?id=d1c2b3f37e9f41ec94c28a8d68a52b7d> (дата обращения: 01.09.2017).

О. А. Петрушина

ОБРАЗЫ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ОСНОВА СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА

Аннотация. Для России брэндинг городов и регионов явление сравнительно новое, однако быстро набирающее популярность как в социуме, так и в среде городских управленцев. Это позволяет городу найти свою идею — то свежее, ценное и уникальное, что необходимо продемонстрировать стране и миру. Зачастую команды, ответственные за создание и реализацию территориальных брендов, не обладают нужными компетенциями и не понимают всей сложности задачи. В результате проекты по созданию туристического бренда ограничиваются разработкой визуальных коммуникаций и не резонируют с мнением жителей региона, туристов и инвесторов. Для преодоления обозначенной тенденции было принято решение о проведении исследования, одним из главных инструментов которого является сбор мнений разных категорий людей, имеющих непохожие взгляды на данную проблему. Эту задачу позволяет решить психосемантическое исследование с использованием метода семантического дифференциала, выявляющего слабо осознаваемые представления участников о регионе и городе. Упор был сделан именно на слабо осознаваемые представления, что помогло выявить более глубокие ассоциации, не лежащие на поверхности. Сбор данных осуществлялся посредством организации работы фокус-групп (групп из 8–12 респондентов — экспертов, собранных для обсуждения темы), позволяющих выявить тезаурус для описания исследуемой проблемы. Результаты, полученные в ходе работы фокус-групп, в дальнейшем легли в основу интернет-опроса, ориентированного на оценку общественного мнения. Исследование в фокус-группах проводилось в мае-июне 2017 года. В качестве экспертов приняли участие 60 человек — это